

KATALOG

Høyere utdanning

Mediefag og journalistikk



FAGBOKFORLAGET

Å studere digital kompetanse

Daniel Schofield, Vegard Frantzen



ISBN : 9788245040159
Pris : 419,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2024
Utgave : 1

Vi tilbringer store deler av dagen på digitale flater. Teknologi har endret hvordan vi lærer, hvordan vi kommuniserer og hvordan vi arbeider. Derfor er digital kompetanse blant de grunnleggende ferdighetene som skal integreres i alle fag og på alle nivåer i skolen. Men hva ligger i begrepet digital kompetanse? Denne boken svarer på et behov for en ny innføring om digital kompetanse. Hvilke ferdigheter er det viktig at elevene utvikler, og hvordan kan skolen legge til rette for det? Med utgangspunkt i aktuell forskning drøfter forfatterne hva digital kompetanse er i dag og hva det vil innebære i framtiden.

Daniel Schofield er førsteamanuensis og **Vegard M. Frantzen** er førstelektor ved Institutt for pedagogikk og livslang læring, NTNU.

Se flere utgitte og planlagte bøker i

Mediepedagogikk (Open Access)

Kritiske refleksjoner om medier i undervisning og samfunn

Anne Mette Bjørgen

(red.) Anne Mette Bjørgen, (red.) Yvonne Fritze, (red.) Geir Haugsbakk



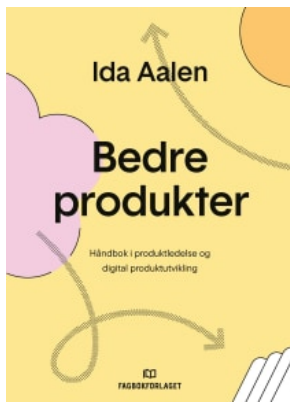
ISBN : 9788245046335
Pris : 0,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2024
Utgave : 1

Mediene griper sterkere inn på de fleste livsområder enn for bare noen år tilbake. Denne antologien utforsker den økende betydningen av medier i ulike aspekter av livet, spesielt i en tid preget av globalisering, digitalisering og raske endringer. Bidragene tar for seg hvordan mediene påvirker oppvekst og utdanning, med fokus på temaer som uroligheter, digital krigføring, pandemi, kunstig intelligens, adaptiv læring og utfordringer knyttet til autentisitet og tillit. Boken er relevant for studenter, lærere, forskere og andre som er interessert i mediepedagogiske perspektiver, inkludert mediesosialisering og undervisning om og med medier. Den passer godt som pensum for bachelor- og masterstudier innen pedagogikk, lærerutdanninger, medieutdanninger og andre utdanninger som tar for seg bruk av medier og deres betydning for samfunn og utdanning.

Bedre produkter

Håndbok i produktledelse og digital produktutvikling

Ida Aalen



ISBN	: 9788245045321
Pris	: 429,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2023
Utgave	: 1
Sider	: 220
Vekt	: 420

Å jobbe med digitale produkter handler ikke om å bli ferdig, men om å forbedre. Brukerne får nye behov og vaner, konkurrenter dukker opp, nye lover blir vedtatt. Plutselig står vi midt i en pandemi, økonomiske nedgangstider, klimakrise. Verden står ikke stille, så da kan ikke produktet stå stille.

Denne boka viser hvordan vi kan si farvel til prosjektplanene og omfavne at produkter aldri blir ferdige. Du skal få slippe å lese om enorme amerikanske selskaper og anekdoter fra Silicon Valley. I stedet blir du kjent med hvordan norske virksomheter – offentlige og private, små og store – håndterer utfordringene med digital produktutvikling og produktledelse.

Produktledelse er et fagområde som er avgjørende for hva slags digitale produkter vi får. I det ligger det et stort ansvar, for digitale produkter kan skape mye frustrasjon hver dag, det være seg for innbyggere, kunder eller arbeidstakere. Digitalisering i seg selv skaper ingen verdi. Men når man får til å lage et godt digitalt produkt, kan det løse problemer for veldig mange mennesker samtidig.

Ida Aalen (f. 1985) har jobbet med digital produktutvikling siden 2008. Hun startet karrieren sin som interaksjonsdesigner. I 2017 etablerte Aalen – sammen med to andre gründere – Confrere, et produkt som gjorde det enkelt for fastleger og psykologer å tilby videokonsultasjoner. Etter fem år som produktdirektør i Confrere ble hun selvstendig produktcoach. I dag hjelper hun norske virksomheter med produktledelse og produktutvikling. Ida Aalen har tidligere skrevet tre bøker om sosiale medier.

«Silicon Valley på norsk. Med Ida Aalens ferske bok om produktledelse har vi fått en bok som setter det voksende fagfeltet i en kontekst og i et språk vi kan føle oss hjemme i.» Are W. Sandvik, Dagens Næringsliv

Bedre produkter

Håndbok i digital produktledelse og produktutvikling

Ida Aalen



ISBN	: 9788245048322
Pris	: 365,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2023
Utgave	: 1
Sider	: 220

Å jobbe med digitale produkter handler ikke om å bli ferdig, men om å forbedre. Brukerne får nye behov og vaner, konkurrenter dukker opp, nye lover blir vedtatt. Plutselig står vi midt i en pandemi, økonomiske nedgangstider, klimakrise. Verden står ikke stille, så da kan ikke produktet stå stille.

Denne boka viser hvordan vi kan si farvel til prosjektplanene og omfavne at produkter aldri blir ferdige. Du skal få slippe å lese om enorme amerikanske selskaper og anekdoter fra Silicon Valley. I stedet blir du kjent med hvordan norske virksomheter – offentlige og private, små og store – håndterer utfordringene med digital produktutvikling og produktledelse.

Produktledelse er et fagområde som er avgjørende for hva slags digitale produkter vi får. I det ligger det et stort ansvar, for digitale produkter kan skape mye frustrasjon hver dag, det være seg for innbyggere, kunder eller arbeidstakere. Digitalisering i seg selv skaper ingen verdi. Men når man får til å lage et godt digitalt produkt, kan det løse problemer for veldig mange mennesker samtidig.

Ida Aalen (f. 1985) har jobbet med digital produktutvikling siden 2008. Hun startet karrieren sin som interaksjonsdesigner. I 2017 etablerte Aalen – sammen med to andre gründere – Confrere, et produkt som gjorde det enkelt for fastleger og psykologer å tilby videokonsultasjoner. Etter fem år som produktdirektør i Confrere ble hun selvstendig produktcoach. I dag hjelper hun norske virksomheter med produktledelse og produktutvikling. Ida Aalen har tidligere skrevet tre bøker om sosiale medier.

Metodebok for mediefag, e-bok



Helge Østbye, Knut Helland, Karl Knapskog, Leif Ove Larsen, Hallvard Moe

ISBN : 9788245047677
Pris : 475,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2023
Utgave : 1
Sider : 382

Er du opptatt av mediene – av kommunikasjon, dialog, kultur, identitet og demokrati? *Metodebok for mediefag* gir en innføring i sentrale forskningsmetoder på feltet. Denne femte utgaven av boka tar for seg dagens mediesituasjon, med plattformsselskaper, sosiale medier og nye medieteknologier. Bokas eksempler, perspektiver og fremgangsmåter er oppdaterte.

Boka gir metodekunnskap som er nødvendig for å gjennomføre egne forskningsprosjekter. Denne kunnskapen er også viktig for å kunne forholde seg kritisk til funn og teorier presentert i faglitteraturen. Metodene som behandles i boka, er blant annet kildekritikk, tekst- og diskursanalyse, kvalitativt intervju og observasjon, spørreskjema og kvantitativ innholdsanalyse. Krav til etikk og kvalitet i undersøkelser av både tradisjonelle og nye medier er behandlet inngående. Utvalgte vitenskapsteoretiske grunnlagsproblemer diskuteres også.

Metodebok for mediefag er skrevet for studenter i ulike medie- og kommunikasjonsfag. Den egner seg også for tilgrensende fagområder som kulturfag, journalistikk og markedsføring.

Forfatterne **Helge Østbye, Knut Helland, Karl Knapskog, Leif Ove Larsen** og **Hallvard Moe** er alle knyttet til Institutt for informasjons- og medievitenskap ved UiB.

Metodebok for mediefag



Helge Østbye, Knut Helland, Karl Knapskog, Leif Ove Larsen, Hallvard Moe

ISBN : 9788245045567
Pris : 559,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2023
Utgave : 5
Sider : 382
Vekt : 780

Er du opptatt av mediene – av kommunikasjon, dialog, kultur, identitet og demokrati? *Metodebok for mediefag* gir en innføring i sentrale forskningsmetoder på feltet. Denne femte utgaven av boka tar for seg dagens mediesituasjon, med plattformsselskaper, sosiale medier og nye medieteknologier. Bokas eksempler, perspektiver og fremgangsmåter er oppdaterte.

Boka gir metodekunnskap som er nødvendig for å gjennomføre egne forskningsprosjekter. Denne kunnskapen er også viktig for å kunne forholde seg kritisk til funn og teorier presentert i faglitteraturen. Metodene som behandles i boka, er blant annet kildekritikk, tekst- og diskursanalyse, kvalitativt intervju og observasjon, spørreskjema og kvantitativ innholdsanalyse. Krav til etikk og kvalitet i undersøkelser av både tradisjonelle og nye medier er behandlet inngående. Utvalgte vitenskapsteoretiske grunnlagsproblemer diskuteres også.

Metodebok for mediefag er skrevet for studenter i ulike medie- og kommunikasjonsfag. Den egner seg også for tilgrensende fagområder som kulturfag, journalistikk og markedsføring.

Forfatterne **Helge Østbye, Knut Helland, Karl Knapskog, Leif Ove Larsen** og **Hallvard Moe** er alle knyttet til Institutt for informasjons- og medievitenskap ved UiB.

Film og fortelling

Audun Engelstad



ISBN : 9788245040821
Pris : 469,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2022
Utgave : 2
Sider : 299
Vekt : 692

Vår forståelse og erfaring av verden er formet av fortellinger. Siden film er regnet som et av vår tids viktigste kulturuttrykk, får filmfortellinger en særegen posisjon i hvordan vi opplever og oppfatter verden rundt oss. Dette gjelder enten filmen gir et realistisk utsnitt av virkeligheten, eller pirrer våre drømmer og fantasier. Derfor er det viktig å kunne analysere filmfortellinger.

Film og fortelling er en bok om filmanalyse. Enhver fortelling består av et sett virkemidler, som virker inn på hvordan vi oppfatter historien. Filmnarratologi handler om hvordan det fortelles på film, hvilke virkemidler som anvendes, og hvordan fortellegrepene fungerer. Til sammen utgjør dette filmens meningslag. Denne boken presenterer de sentrale begrepene innen narratologi, og gjennom en rekke illustrerte eksempler fra norske og internasjonale filmer demonstreres innholdet i begrepene og hvilken betydning de har for filmfortellingen.

Denne reviderte utgaven har en ny del om mening og meningsdannelse, med et nyskrevet kapittel om tematisk analyse. I tillegg har boken fått flere nye eksempler fra filmer som har preget vår moderne filmkultur.

Audun Engelstad er professor i film- og fjernsynsvitenskap ved Høgskolen i Innlandet, der han har jobbet siden 2006. Han disputerte ved Universitetet i Oslo med en avhandling om norsk film noir.

Engelstads forskningsprofil fordeler seg på følgende hovedområder: filmnarratologi, dramaturgi i tv-serier, sjangerstudier og produksjonsstudier. Engelstad har bred undervisningserfaring, blant annet om film- og fjernsynsanalyse, dramaturgi, filmhistorie, filmteori og om film- og fjernsynsbransjen.

Engelstad har tidligere skrevet boken *Fortelling i film og tv-serier: analyse av dramaturgi og visuell analyse*, i tillegg til at han har bidratt med artikler til antologier og publisert i tidsskrifter.

Kokebok fra SKUP-kjøkkenet

Om undersøkende journalistikk og metodebruk

Espen Sørmo Strømme



ISBN : 9788245038934
Pris : 699,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2022
Utgave : 1
Sider : 461
Vekt : 1294

Dette er en bok om undersøkende journalistikk. Espen Sørmo Strømme viser hvordan du går frem for å lykkes med prosessen: hvordan du utvikler ideer, samler inn, systematiserer og analyserer informasjon og sjekker fakta. Her er kapitler om hvordan du får kilder i tale, strategier for godt feltarbeid og presentasjon av datadrevne metoder. I tillegg får du konkrete råd om hvordan du bruker tekniske hjelpemidler.

Forfatteren tar utgangspunkt i materialet fra Stiftelsen for en Kritisk og Undersøkende Presse (SKUP), nærmere bestemt metoderapportene kandidatene til SKUP-prisen har skrevet om arbeidet sitt. Han viser hvordan journalistenes erfaringer kan brukes som grunnoppskrifter for nye, gode saker – derav bokens tittel – *Kokebok fra SKUP-kjøkkenet*. SKUP-prisen ble opprettet i 1991, og boken er den første systematiske gjennomgangen av det unike materialet de rundt 1400 metoderapportene utgjør.

Bokens nettressurser finner du på www.fagbokforlaget.no/pensum.

Espen Sørmo Strømme er høgskolelektor i journalistikk ved NLA Høgskolen og ph.d.-kandidat ved OsloMet.

Søke sannhet

Etikk og metode for forskere og journalister

Paul Leer-Salvesen, Tarjei Leer-Salvesen



ISBN : 9788245037357
Pris : 429,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2022
Utgave : 1
Sider : 200
Vekt : 340

Denne boken undersøker hva forskere og gravejournalister kan lære av hverandre. Begge disse gruppene har samfunnsoppdrag som handler om å søke ny og sann kunnskap, de bruker mange av de samme metodene – og møter etiske problemer, dilemmaer og usikkerhet i arbeidet. For begge gruppene er kjernen i virksomheten å publisere innsikten de kommer frem til. For journalistenes del handler de fleste etiske diskusjonene om hvordan kunnskapen blir formidlet. For forskernes del handler det oftest om hvordan den samles inn.

Boken er en dialog mellom to forfattere som kjenner hverandre godt – de er far og sønn. De viser til både egne opplevelser og teori, og drøfter blant annet om forskningsetikken er strengere enn medieetikken, og hva forskere og journalister kan lære av hverandre om søken og formidling av sann kunnskap.

Tarjei Leer-Salvesen (f. 1977) har 25 års erfaring som journalist fra blant annet Fædrelandsvennen, NRK Brennpunkt, Dagbladet og Klassekampen. Han har arbeidet med undersøkende metode både som gravejournalist, fagbokforfatter og i undervisning.

Paul Leer-Salvesen (f. 1951) har arbeidet som forsker og professor i etikk ved Universitetet i Agder i mer enn 25 år. Han har lang erfaring med kvalitative metoder som dybdeintervjuer og feltarbeid, blant annet fra forskning i fengsler. Han har også veiledet en lang rekke PhD-studenter og masterstudenter i disse metodene, og arbeidet med forskningsetikk i flere etiske komiteer.

Perspektiver på kommunikasjonsmakt, e-bok

Tor Bang



ISBN : 9788245039726
Pris : 359,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2021
Utgave : 1

Digitalisering er vår tids mest omfattende og gjennomgripende endringsagent. Tilgang til digitale kommunikasjonsmetoder griper inn i og er utgangspunkt for endringer på alle nivåer som berører mennesker: individer og grupper, organisasjoner og samfunnsaktører, lokalt som globalt.

Denne boken handler om perspektiver på makt i digitale sammenhenger. Det finnes knapt en enhetlig forståelse av hva makt består av, hvordan den ter seg og blir utøvd, og hva motsetningen til makt er.

Derimot kan vi studere hvordan teknologiske fremskritt bidrar til gjennomgripende endringer i kommunikasjons- og mediebransjene, deriblant deres maktstrukturer. I endringsprosesser kan gammel makt forvitte når ny oppstår. Mengden makt er muligens konstant, men aktører som får tilført makt, får den som regel fordi andre gir fra seg makt, frivillig eller ufrivillig, i en maktforskyvningsprosess.

Boken er bredt anlagt og tar blant annet opp konvergens – sammensmelting av tele-, data- og mediesektorene – og sosiale endringsfaktorer. Den har omfattende diskusjoner om yringsfrihet og etikk i digitale sammenhenger og dessuten refleksjoner om demokrati og samfunnsliv i en epoke der teknogiganter har stor innflytelse. Boken presenterer også teorier som forklarer sentrale påvirkningsagenter i digital kommunikasjon, sett fra både avsender- og brukerperspektiv.

Tor Bang er førsteamanuensis ved Institutt for kommunikasjon og kultur ved Handelshøyskolen BI. Han har graden cand.polit. fra Universitetet i Oslo og en doktorgrad fra Universitetet i Bergen. Bang har ansvar for flere kommunikasjonsprogrammer på bachelor- og på masternivå. Han har skrevet flere bøker på feltet.

Sosiale medier

Ida Aalen, Magnus Hoem Iversen



ISBN : 9788245035254
Pris : 499,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2021
Utgave : 2
Sider : 256
Vekt : 475

Blir vi avhengige og deprimerte av sosiale medier? Er de en trussel mot demokratiet? Hvilken makt har selskapene bak, og bør vi frykte dem? I denne boka får du svarene.

Forrige utgave kom i 2015. Før Trump og Brexit. Før trollfabrikker, QAnon og TikTok. Før Covid-19 ga teknologiselskapene enda mer makt. Sosiale medier er for viktig til å overlates til synsing.

Gjennom ti år har Ida Aalen og Magnus Hoem Iversen fulgt forskningen på feltet. Nå har de igjen saumfart det som finnes av studier, for å gi deg oppdaterte og solide svar på de viktigste spørsmålene om sosiale medier.

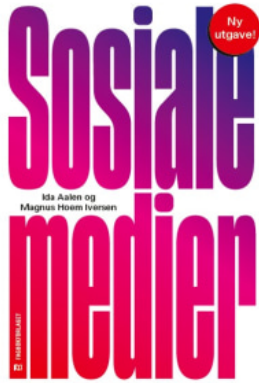
Forordet er skrevet av Grete Brochmann.

Ida Aalen (f. 1985) er utdannet medieviter fra NTNU. Hun har utmerket seg som samfunnsdebattant og skribent i blant annet Dagens Næringsliv og Morgenbladet. Til daglig jobber hun i teknologiselskapet Confrere hvor hun er medgründer og produksjef.

Magnus Hoem Iversen (f. 1985) er utdannet medieviter med doktorgrad fra Universitetet i Bergen, og han har forsket på politisk retorikk i sosiale medier. Han er en aktiv skribent og samfunnsdebattant, og er nå politisk rådgiver for byrådslederen i Bergen.

Sosiale medier, e-bok

Ida Aalen, Magnus Hoem Iversen



ISBN : 9788245038422
Pris : 439,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2021
Utgave : 2
Sider : 256

Blir vi avhengige og deprimerede av sosiale medier? Er de en trussel mot demokratiet? Hvilken makt har selskapene bak, og bør vi frykte dem? I denne boka får du svarene.

Førrige utgave kom i 2015. Før Trump og Brexit. Før trollfabrikker, QAnon og TikTok. Før Covid-19 ga teknologiselskapene enda mer makt. Sosiale medier er for viktig til å overlates til syensing.

Gjennom ti år har Ida Aalen og Magnus Hoem Iversen fulgt forskningen på feltet. Nå har de igjen saumfart det som finnes av studier, for å gi deg oppdaterte og solide svar på de viktigste spørsmålene om sosiale medier.

Forordet er skrevet av Grete Brochmann.

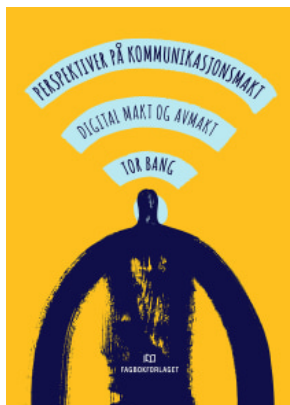
Ida Aalen (f. 1985) er utdannet medieviter fra NTNU. Hun har utmerket seg som samfunnsdebattant og skribent i blant annet Dagens Næringsliv og Morgenbladet. Til daglig jobber hun i teknologiselskapet Confrere hvor hun er medgründer og produksjef.

Magnus Hoem Iversen (f. 1985) er utdannet medieviter med doktorgrad fra Universitetet i Bergen, og han har forsket på politisk retorikk i sosiale medier. Han er en aktiv skribent og samfunnsdebattant, og er nå politisk rådgiver for byrådslederen i Bergen.

Perspektiver på kommunikasjonsmakt

Digital makt og avmakt

Tor Bang



ISBN : 9788245035155
Pris : 399,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2021
Utgave : 1
Sider : 180
Vekt : 372

Digitalisering er vår tids mest omfattende og gjennomgripende endringsagent. Tilgang til digitale kommunikasjonsmetoder griper inn i og er utgangspunkt for endringer på alle nivåer som berører mennesker: individer og grupper, organisasjoner og samfunnsaktører, lokalt som globalt.

Denne boken handler om perspektiver på makt i digitale sammenhenger. Det finnes knapt en enhetlig forståelse av hva makt består av, hvordan den ter seg og blir utøvd, og hva motsetningen til makt er.

Derimot kan vi studere hvordan teknologiske fremskritt bidrar til gjennomgripende endringer i kommunikasjons- og mediebransjene, deriblant deres maktstrukturer. I endringsprosesser kan gammel makt forvitte når ny oppstår. Mengden makt er muligens konstant, men aktører som får tilført makt, får den som regel fordi andre gir fra seg makt, frivillig eller ufrivillig, i en maktforskyvningsprosess.

Boken er bredt anlagt og tar blant annet opp konvergens – sammensmelting av tele-, data- og mediesektorene – og sosiale endringsfaktorer. Den har omfattende diskusjoner om ytringsfrihet og etikk i digitale sammenhenger og dessuten refleksjoner om demokrati og samfunnsliv i en epoke der teknogiganter har stor innflytelse. Boken presenterer også teorier som forklarer sentrale påvirkningsagenter i digital kommunikasjon, sett fra både avsender- og brukerperspektiv.

Tor Bang er førsteamanuensis ved Institutt for kommunikasjon og kultur ved Handelshøyskolen BI. Han har graden cand.polit. fra Universitetet i Oslo og en doktorgrad fra Universitetet i Bergen. Bang har ansvar for flere kommunikasjonsprogrammer på bachelor- og på masternivå. Han har skrevet flere bøker på feltet.

Etikk for journalister, 6. utgave

Svein Brurås



ISBN : 9788245034325
Pris : 539,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2020
Utgave : 6
Vekt : 1038

Hva er god presseskikk? Dette er et hovedspørsmål i *Etikk for journalister*. Boka er en innføring i det yrkesetiske regelverket som profesjonelle journalister er forpliktet på, og som de redaktørstyrte mediene legger til grunn for sitt arbeid. Forfatteren drøfter etiske utfordringer og dilemmaer som journalister møter i sitt daglige arbeid, og peker på hva Pressens Faglige Utvalg har uttalt om de ulike temaene. Blant temaene som behandles er journalisters integritet, sannhetskravet, samfunnsrollen, forholdet til kildene, personvernet i journalistikken, og mye mer.

Etikk for journalister har i mange år vært pensum ved journalistutdanningene i Norge. I denne 6. reviderte utgaven går vi dypere inn i etiske spørsmål knyttet til moderne nettjournalistikk, som for eksempel kravet om rask og umiddelbar publisering, brukermedvirkning og delingskultur, bruk av sosiale medier i journalistikken, journalistikkens grenser mot innholdsmarkedsføring, og andre utfordringer i en skiftende mediesituasjon. Denne utgaven har også en rekke nye caser, og den er oppdatert på de siste endringer i det presseetiske regelverket.

Svein Brurås er professor ved journalistutdanningen, Høgskulen i Volda, og har tidligere arbeidet som journalist. **Brurås** er dr.philos. med en avhandling om kriminaljournalistikkens etikk. Han har utgitt en rekke bøker, forskningsrapporter og artikler. **Brurås** har sittet i SKUP-juryen og vært medlem av diverse utvalg som har arbeidet med medieetiske og mediepolitiske spørsmål.

Vibeke Løkkeberg

En kunstnerbiografi

Johanne Kielland Servoll



ISBN : 9788245023817
Pris : 569,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2020
Utgave : 1
Sider : 512
Vekt : 1340

Vibeke Løkkeberg (f. 1945) er en av Norges mest betydningsfulle filmkunstnere. Gjennom mer enn 50 år har hun vært en markant samfunnsdebattant og en kompromissløs talsperson for utsatte grupper av befolkningen.

Løkkebergs karriere rommer mange roller. Hun har vært fotomodell og feminist, sexobjekt og skuespiller, medieyndling, primadonna og persona non grata, romanforfatter, riksheks og feiret filmregissør. Dette er fortellingen om en kunstner med en usedvanlig kraft.

Bla i et utdrag fra boken her: <https://bit.ly/lokkebergutdrag>

Johanne Kielland Servoll (f. 1979) er filmhistoriker og har særlig arbeidet med norske filmregissører. Servoll har doktorgrad fra Universitetet i Oslo og bor og jobber på Lillehammer.

Kreativ yrkesvei

Ideer og oppgaver til talentutvikling

Astrid Brodtkorb, Liv Evjan



ISBN	: 9788245024579
Pris	: 509,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2019
Utgave	: 1
Vekt	: 649

Kreativ yrkesvei handler om den snirklete, utfordrende og dypt personlige veien du må gå når du velger kreativitet som yrkesvei. Boken gir deg råd om hvordan du kan skaffe deg innsikt, trening og mot til å utvikle ideer, og om hvor du kan bruke denne kompetansen profesjonelt.

Endring skjer både gjennom individuell utvikling og i samspill med andre, og noe av det viktigste forfatterne formidler i denne boken, er at endring er en naturlig og varig tilstand. Derfor sikter forfatterne mot å hjelpe deg til å visualisere målet ditt, og til å stole på at ideen din er god nok til å kunne bli til noe du ikke helt vet hva er. Boken skal gi deg motivasjon, metoder, kunnskaper, ferdigheter, holdninger og inspirasjon til å virkeliggjøre ideene dine.

I boken presenteres metoder som gjør at du kan oppdage hva som skjer, og hvem som tar styringen under idéprosessen, eller hva som er bra for deg, og hva som dreper ideen din. Det finnes like mange metoder som det finnes mennesker, det gjelder bare å finne din metode. Boken viser deg hvordan mot, metoder og veiledning kan få deg og andre til å bli flinke, smarte og kreative.

Kreativ yrkesvei er en idé- og inspirasjonsguide, som forfatterne har skrevet med utgangspunkt i at alle er født med kreative evner, og denne boken er derfor for alle, enten de er studenter, kunstnere, leger, rørleggere, lærere, journalister eller bibliotekarer.

Begge forfatterne underviser på Westerdals Art Direction, Høyskolen Kristiania.

Astrid Brodtkorb er førsteamanuensis, billedkunstner og art director.

Liv Evjan er førstelektor og art director med bakgrunn fra reklame og design. Men fremfor alt er de entusiaster på vegne av alt det rare, dumme og klønete som kan bli til geniale ideer.

Konstruktiv journalistikk

- kritisk og løysingsorientert

Vigdis Holmaas



ISBN : 9788245024043
Pris : 429,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2019
Utgave : 1
Sider : 178
Vekt : 306

Kvar einaste dag skjer det positive og negative hendingar i verda, men nyheitsmedia rapporterer mest frå den negative sida. Over år har nyheitsformidlinga blitt ei historie om kriser, problem og skeivutvikling i samfunnet. Det er få nyheiter om positive utviklingstrekk, og det er sjeldan debatt om løysingar.

Skal journalistikken vera relevant, må nyheitene gi eit meir balansert og truverdig bilde av verda. Konstruktiv journalistikk har som mål å retta opp det skeive nyheitsbildet og gi løysingar ein større plass.

Dette er ei praksisorientert bok som gjer greie for kva som kjenneteiknar konstruktiv journalistikk. Boka formidlar refleksjonar frå erfarne journalistar og leiarar i bransjen, og tar til orde for ei nødvendig utvikling av journalistikken. Ambisjonen er å fornya faget og medverka til ei meir vital samfunnsrolle.

Boka er skriven for studentar, journalistar og andre som jobbar i media, politikarar og alle samfunnsinteresserte.

Vigdis Holmaas er journalist og vaksjef i NRK, der ho har jobba sidan 1988, mellom anna som nyheitssjef. Ho har utdanning i medievitenskap frå Universitetet i Bergen og leiarutdanning frå NHH og Handelshøyskolen BI.

«Verden og fremtiden er ikke så mørk som journalister vil ha det til.»

Tomm Kristiansen, forfatter og utanriksjournalist i NRK

«Det er et fantastisk velferdssamfunn vi lever i, men det er oftest historiene om skavankene som blir fortalt. Det kan bidra til et helt feilaktig bilde.»

Tone Sofie Aglen, politisk kommentator i VG

«Nokre journalistar forvekslar «kritisk» og «negativ». Dei trur dei er kritiske, men eigentleg er dei negative. Det er ikkje truverdige journalistikk.»

Øyulf Hjertenes, sjefredaktør i Bergens Tidende

Skolen i det digitale samfunnet

Trude Løvskar



ISBN : 9788245024593
Pris : 329,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2019
Utgave : 1
Sider : 191
Vekt : 373

IKT tilbyr redskaper til bruk i læring og arbeid, men også svært mye mer. Informasjons- og kommunikasjonsteknologien danner grunnlag for det digitale samfunnet vi lever i. Internett og web påvirker nær sagt alle områder av samfunnet, blant annet oppvekst, kunnskap, danning og demokratisk deltakelse. Hva trenger lærere å vite om barns digitale oppvekstmiljø? Hva slags kunnskap bør de ha om Internett? Hvordan stimulere barn og unge til deltakelse i et digitalt samfunn? Hva slags kunnskap skal skolen formidle til unge mennesker med Google i lommen? Hvilke oppgaver er skolen tildelt i statens «digitale agenda»?

Dette er spørsmål som berører læreres profesjonsfaglige digitale kompetanse slik den er beskrevet i rammeverket særlig kompetanseområdet «skolen i samfunnet». Boken vil være av interesse for lærere, lærerstudenter og andre som er opptatt av utdanning og danning i en digital tid.

Trude Løvskar er doktorgradsstipendiat ved Institutt for pedagogikk ved Universitetet i Bergen. Hun er utdannet journalist/medieviter og lektor og har mange års erfaring fra undervisning i grunnutdanning og høyere utdanning. Hun har også arbeidet en årrekke med utvikling av digitale læringsressurser.

Dramaserien SKAM

Analytiske perspektiver og didaktiske muligheter



Dag Skarstein

(red.) Dag Skarstein, (red.) Synnøve Skarsbø Lindtner

ISBN : 9788245024012
Pris : 499,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2018
Utgave : 1
Sider : 257
Vekt : 570

Dramaserien *Skam* hadde en uvanlig sterk virkning på sitt publikum, og den skulle etter hvert få et internasjonalt nedslagsfelt som ingen andre norske populærkulturelle produksjoner. En av grunnene til den enorme interessen rundt *Skam* er at serien oppleves som spesielt karakteriserende for vår tid. Denne boken analyserer *Skams* særtrekk som kulturelt og medialt fenomen, og den belyser hvordan serien kan trekkes inn i ulike skolefag. Bokens første del tar for seg *Skams* dramaturgi, komposisjon og produksjon. Gjennom bruken av digitale kommunikasjonsformer utgjør serien et vendepunkt i måten dramaer komponeres, produseres og distribueres på. Bokens andre del omhandler de viktigste temaene i serien, som identitet, verdier, religion, seksualitet, psykiske lidelser, kjærlighet og betydningen av å tilhøre et fellesskap. I bokens tredje del rettes fokuset på mottakelsen og tolkningene av serien blant seerne og i media. Boken avsluttes med praktiske undervisningsopplegg og en diskusjon om hvorfor det er riktig og viktig å trekke serien inn i undervisningen.

Boken retter seg mot lærere, lærerstudenter, forskere og andre som har interesse for ungdom og medier i en tid da medielandskap og medievaner er i rask endring. Bokens analyser, begreper og innsikter vil være svært nyttige i norskfaget, men er også relevante for mediefag, samfunnsfag og religion/livssyn/etikk.

Synnøve Lindtner er postdoktor ved Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen. Hun har skrevet doktoravhandling om det feministiske bladet *Sirene*, og forsker på emner relatert til kjønn, offentlighet og populærfeminisme.

Dag Skarstein er førstemanuensis ved Institutt for grunnskole- og fagutdanning ved OsloMet Storbyuniversitetet. Hans forskning retter seg mot ungdom, læring og fiksjonslesing, og han har publisert artikler om dette både nasjonalt og internasjonalt.

I boken bidrar også: Anne Klara Bom, Marit Brekke, John Magnus R. Dahl, Jorunn Øveland Nyhus, Elisabeth Oxfeldt, Rønnaug Sørensen, Astrid Syse Talsethagen og Signe Aarvik.

Mediepedagogikk og mediekompetanse

Danning og læring i en ny mediekultur

Daniel Schofield

(red.) Daniel Schofield, (red.) Vegard Frantzen



ISBN : 9788245020731
Pris : 519,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2018
Utgave : 1
Sider : 300
Vekt : 624

De sosiale, mobile og digitale mediene har i løpet av få år blitt de dominerende kulturelle verktøyene våre. Hva betyr dette for skole, læring, danning, oppvekst og hverdagsliv? Dette er viktige temaer i mediepedagogikken, som er et svært dynamisk og viktig fagfelt i en tid der medieutviklingen er rask og omfattende. Medier og mediebruk har fått så stor betydning for demokrati og deltakelse, identitetsutvikling og meningsdannelse at mediepedagogikk kan sies å være en samfunnskunnskap for en ny tid.

Sentrale spørsmål i denne boken er hvordan mediepedagogikken kan bidra når det gjelder å forstå danning og læring i den mediedominerte kulturen. Forskere i det mediepedagogiske landskapet drøfter her sentrale temaer som mediekompetanse, digital danning og mediepedagogikkens teorigrunnlag. Kapitlene bidrar med ny innsikt i dagsaktuelle problemstillinger som digitale læringsliv, multimodal tekstanalyse, mediepanikk, medier og kroppsfokus, mediereguleringens betydning for digitale ferdigheter, nettbrett i skolen og digital kompetanse i høyere utdanning.

Boka henvender seg til studenter og forskere innen pedagogikk, mediepedagogikk, medievitenskap og i lærerutdanningen, og til andre som interesserer seg for mediepedagogiske perspektiver.

Boka er redigert av universitetslektor **Vegard Frantzen** og førsteamanuensis **Daniel Schofield**, begge ansatt ved Institutt for pedagogikk og livslang læring ved NTNU.

Krig og katastrofer i media

De unges møte med brutale nyheter

Soilikki Vettenranta



ISBN : 9788245020779
Pris : 429,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2017
Utgave : 1
Vekt : 268

Krigs- og katastrofenyheter dominerer ofte nyhetsbildet, og voldsbildene i mediene er blitt mer brutale. Barn og unge i vår tid er den første generasjonen som vokser opp med så sterke visuelle inntrykk og en så massiv informasjonstilgang døgnet rundt. Men det finnes lite medieforskning om hvordan barn og unge opplever katastrofenyheter. Vi trenger kunnskap om dette for å kunne sørge for at de får nødvendig undervisning og har et godt nok støtteapparat rundt seg. I denne boken forteller norske ungdommer om hvordan de opplever katastrofenyheter. Blant nyhetssakene som blir diskutert, er terrorangrepet i USA 11. september 2001, tsunamien i Sørøst-Asia julen 2004, terroren i Norge 22. juli 2011 og den pågående flyktningkrisen i Midtøsten og Europa.

Medieundervisning med utgangspunkt i barn og unges medieopplevelser kan bidra til at de blir mer bevisste, reflekterte og kompetente mediebrukere. Det vil gi bedre forutsetninger for mestring, og med mer kunnskap vil de være mer motstandsdyktige mot uønsket påvirkning.

Soilikki Vettenranta er professor i mediepedagogikk ved NTNU. Hun skrev sin doktorgrad om krise- og katastrofekommunikasjon i forbindelse med Tsjernobyl-ulykken i 1986. Hun er også utdannet fjernsynsjournalist.

Daniel Schofield er førsteamanuensis ved NTNU. Han har doktorgrad i mediepedagogikk, og han har arbeidet som lærer i medier og kommunikasjon i videregående skole. Hans bidrag i boken handler om hvordan ungdom takler katastrofenyheter gjennom sosiale medier.

Perspektiver på PR



Trond Albert Skjelbred
(red.) Trond Albert Skjelbred

ISBN : 9788245020786
Pris : 619,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2016
Utgave : 1
Sider : 200
Vekt : 392

Det skrives og menes mye om PR-bransjen. I denne boken har vi tatt sikte på å belyse PR-faget fra nye vinkler og ståsteder, noe vi håper skal bidra til å gi ny innsikt utover det du kan lese i en vanlig introduksjonsbok. I *Perspektiver på PR* er det ikke strategi, taktikk eller teknikk som diskuteres, men overordnede prinsipper, verdier og holdninger. Av den grunn har bokens redaktør, Trond Albert Skjelbred, invitert med kapasiteter innen filosofi, teologi, ledelse, juss, forskning, psykologi og rådgivning. De ulike bidragsyternes historier knyttes til det du som student, fagperson eller leder kan tenkes å ha lært i mer teoretiske bøker om PR. Disse menneskene er Arne Pran, Per Høiby, Magne Utle, Per Arne Dahl, Kathleen Offman Mathisen, Therese E. Sverdrup, Geir Lippestad, Alexander W. Cappelen, Espen Gamlund, Einar Øverengen og Kjetil Smørås. Forordet er ved Peggy Simcic Brønn.

Boken er skrevet for studenter på høyskoler og universiteter samt for ledere i næringslivet og praktikere i PR-faget. Boken er ikke ment som et forsvarsskrift for PR-bransjen, men som et innlegg for refleksjon og debatt. Den egner seg derfor godt som både obligatorisk og anbefalt litteratur på kurs i PR, samt som refleksjons- og fordypningslitteratur for næringslivets aktører.

Trond Albert Skjelbred er medeier og partner i kommunikasjonsbyrået NOR PR. Han har vært rådgiver i Geelmuyden Kiese og PwC og har tidligere medforfattet bøkene *Idar Vollvik om PR* og *Hvordan lykkes som konsulent?* For sistnevnte bok fikk han Konsulentprisen 2014.

Økonomijournalistikk



Paul Bjerke

(red.) Paul Bjerke, (red.) Birgitte Kjos Fonn, (red.) Espen Sørmo
Strømme

ISBN : 9788245016239
Pris : 489,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2016
Utgave : 1
Sider : 200
Vekt : 648

Økonomijournalistikk er blitt et stadig viktigere journalistisk felt. Området er imidlertid underbelyst både i forskningen, journalistutdanningene og i redaksjonene. Ikke minst viste finanskrisen at det var behov for mer kunnskap om denne grenen av journalistikken. Bokens del I samler nyere norsk og internasjonal forskning om temaet for å bidra til en dypere forståelse av økonomijournalistikk som samfunnsfenomen. I tillegg trekker boken frem områder som fortjener og krever mer forskningsinnsats.

Del II presenterer grunnleggende fremgangsmåter for den som skal forstå og formidle økonomiske forhold. Boken henvender seg til forskere, lærere, studenter, praktiserende journalister og andre interesserte.

Paul Bjerke er professor i journalistikk ved Høgskulen i Volda. Han er PhD fra Universitetet i Oslo med en avhandling om presseetikk og profesjonsmoral. Bjerke var journalist, nyhetsredaktør og ansvarlig redaktør i Klassekampen i årene 1982-1997. Han har senere skrevet flere bøker, artikler og bokkapitler om journalistikk.

Birgitte Kjos Fonn er førsteamanuensis i journalistikk ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA) og dr.philos. i historie fra Universitetet i Oslo (UiO) på en avhandling om pressehistorie. Hun er fagkoordinator for HIOAs fagforfatterstudium og tidligere blant annet utenriksjournalist. Er cand. polit. i sosiologi fra UiO, og M.Sc. i The Politics of the World Economy fra LSE.

Espen Sørmo Strømme er høgskolelektor i journalistikk ved NLA Mediehøgskolen Gimlekollen i Kristiansand. Han har mastergrad i økonomijournalistikk fra Høgskolen i Bodø. Han har jobbet som journalist i sju år, blant annet i Fædrelandsvennen, Romsdals Budstikke, NRK Nordland og Adresseavisen.

Andreas Ytterstad er førsteamanuensis i journalistikk ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA). Han skrev doktorgrad om mediedekningen av norsk klimapolitikk, og er opptatt av klimaspørsmålet både som forsker og som nestleder i Concerned Scientists Norway.

Slik bruker du sosiale medier på jobben, e-bok

Espen Grimmert



ISBN : 9788245019421
Pris : 429,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2015
Utgave : 1
Sider : 120

Sosiale medier overtar for telefon, e-post og fysiske møter er du klar? Slik bruker du sosiale medier på jobben er full av tips til hvordan du kan bli flinkere til å

- drive nettverksbygging
- jobbe med personal branding
- styre hva som kommer på topp når andre googler deg
- jobbe effektivt med kollegaer og kunder via sosiale medier
- markedsføre bedriften din og varer og tjenester fra den

Boken viser deg hvordan du kan bli bestevenn med sosiale medier og hvordan du kan unngå tabbene sjefen din vil hate.

Slik bruker du sosiale medier på jobben er et nyttig oppslagsverk for alle som bruker sosiale medier i jobbsammenheng. De store sosiale mediene Facebook, LinkedIn og Twitter er grundig dekket i boken. Forfatteren veileder deg også i rett bruk av Instagram, Google+, YouTube og SlideShare. For alle sosiale medier gis det konkrete råd som vil gjøre deg til en mer effektiv ansatt og en bedre ambassadør for virksomheten.

Personer som enten vedlikeholder nettverket sitt via LinkedIn, kommuniserer med kunder og kollegaer via Facebook eller er usikre på hvordan de skal benytte Twitter, vil ha glede av boken. Hos banker, reisebyråer og universiteter, hvor stadig mer kommunikasjon skjer via sosiale medier, vil boken være nyttig for ansatte som trenger å skaffe seg ny kunnskap og nye ferdigheter raskt. Den er også svært aktuell for ansatte ved f.eks. et advokat- eller eiendomsmeglerfirma, et treningssenter eller et tannlegekontor, altså for ansatte i virksomheter der de som behandler brukerne av tjenesten, har stor betydning for brukernes oppfatning av tjenesten, og der disse «behandlerne» kan gjøre virksomheten langt mer synlig og attraktiv online via sosiale medier. For gründere og små virksomheter vil boken kunne bidra til å sikre en rimelig og effektiv markedsføring av bedriften.

Espen Grimmert har arbeidet med digital markedsføring siden 1995. Han har vært markedsjef i NHO, markedsdirektør i Scandinavia Online, sjef for søkemotoren Kvasir og markedsdirektør i Aftenposten. Nå ²⁷ arbeider han i iProspect hvor han rådgir en rekke av Norges største virksomheter i rett bruk av sosiale

Slik bruker du sosiale medier på jobben

Espen Grimmert



ISBN : 9788245017441
Pris : 499,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2015
Utgave : 1
Sider : 171
Vekt : 291

Sosiale medier overtar for telefon, e-post og fysiske møter er du klar?

Slik bruker du sosiale medier på jobben er full av tips som gjør at du blir flinkere til:

- Nettverksbygging
- Personal branding
- Å styre hva som kommer på topp når andre googler deg
- Å jobbe effektivt med kollegaer og kunder via sosiale medier
- Å markedsføre bedriften din og varer og tjenester fra den

Boken viser deg hvordan du kan bli bestevenn med sosiale medier og hvordan du kan unngå tabbene sjefen din vil hate.

Slik bruker du sosiale medier på jobben er et nyttig oppslagsverk for alle som bruker sosiale medier i jobbsammenheng. De store sosiale mediene Facebook, LinkedIn og Twitter er grundig dekket i boken. Forfatteren veileder deg også i rett bruk av Instagram, Google+, YouTube og SlideShare. For alle sosiale medier gis det konkrete råd som vil gjøre deg til en mer effektiv ansatt og en bedre ambassadør for virksomheten.

De som vedlikeholder nettverket sitt via LinkedIn, som kommuniserer med kunder og kollegaer via Facebook, eller som er usikre på hvordan de skal benytte Twitter, vil ha glede av boken. Hos banker, reisebyråer og universiteter hvor stadig mer kommunikasjon går via sosiale medier, vil boken være nyttig for ansatte som raskt trenger nye kunnskaper og ferdigheter. Den er også svært aktuell for f.eks. ansatte i et advokatfirma eller hos en eiendomsmegler, på et treningssenter eller tannlegekontor, dvs. virksomheter hvor den vi blir behandlet av, er svært viktig for vår oppfatning av tjenesten, og hvor disse «behandlerne» kan gjøre virksomheten langt mer synlig og attraktiv online via sosiale medier. For gründere og små virksomheter vil boken kunne bidra til å sikre en rimelig og effektiv markedsføring av bedriften.

Espen Grimmert har arbeidet med digital markedsføring siden 1995. Han har vært markedssjef i NHO,

markedsdirektør i Scandinavia Online, sjef for søkemotoren Kvasir og markedsdirektør i Aftenposten. Nå arbeider han i iProspect hvor han rådgir en rekke av Norges største virksomheter i rett bruk av sosiale medier. I 2015 ble han kåret til Norges beste sosiale medier-rådgiver.

Medieskapt

Medier i informasjons- og kommunikasjonssamfunnet

Robert Vaagan W.



ISBN : 9788232103522
Pris : 619,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2015
Utgave : 1
Sider : 352
Vekt : 660

Vi lever i et stadig mer medieskapt samfunn. Mediene bidrar til å sette dagsorden for den offentlige debatten, og de skaper forståelsesrammer som påvirker vår måte å se verden på. Samtidig er mediebruken i endring, og Internett og sosiale medier blir stadig viktigere for mange. Denne boken behandler en rekke temaer og utfordringer knyttet til dette.

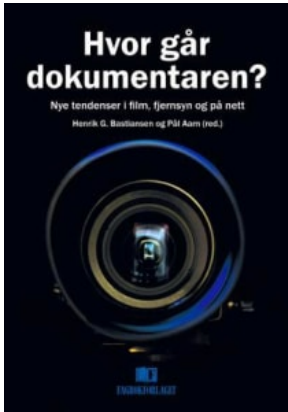
Den økte bruken av Internett og sosiale medier har gitt mange mulighet til å ytre seg, kommunisere og få tilgang på informasjon. Samtidig åpner denne medieutviklingen for at både individer, foretak og stater kan profitere på å overvåke trafikken.

Profesjonsutøvere på mediefeltet må ha et reflektert forhold til etikk og samfunnsansvar. Med nye trusselbilder øker behovet for omfattende sikkerhets- og kontrollsystemer, men slike tiltak kan komme i strid med demokrati og menneskerettigheter.

Dette er blant temaene som tas opp i denne boken. Den gir en oversikt over mediefeltet, eierskapsforhold, lovgivning, kommunikasjonsbransjen, bedrifters mediehåndtering og mediestrategier, krisekommunikasjon, helsekommunikasjon m.m. Boken presenterer forskning på sentrale områder, og har samtidig en praktisk tilnærming. Den retter seg mot studenter i mediefag, økonomi- og administrasjonsfag, helsefag og kulturfag, og vil også være nyttig for yrkesutøvere som trenger økt innsikt i mediefeltets realiteter og virkemåter.

Robert W. Vaagan (f. 1953) er dr.philos. fra Universitetet i Oslo (1999) med en avhandling om russisk litteraturkritikk og journalistikk. Han er førsteamanuensis ved Institutt for journalistikk og mediefag, Høgskolen i Oslo og Akershus.

Hvor går dokumentaren?



Henrik G. Bastiansen

(red.) Henrik G. Bastiansen, (red.) Pål Aam

ISBN : 9788232103898
Pris : 529,-
Forlag : Akademika Forlag
Utgitt : 2014
Utgave : 1
Sider : 244
Vekt : 468

Dokumentarfilmen er i stadig utvikling både på kino og fjernsyn. Samtidig har den funnet nye former på nettet. Hva skjer egentlig med dokumentaren? I denne boka rettes blikket mot dokumentaren både på kino, i fjernsynet og på nettet. Artikkene i boka ser blant annet på disse spørsmålene:- Hva er egentlig personlig dokumentarfilm?- Hvordan blandes virkelighet og fiksjon i hybridformater, og hvilke problemer fører det til?- Hva er en ekspressdokumentar, og hvordan produseres de?- Hva skjer når dokumentaren blir en del av en PR-kampanje?- Hvorfor har Der ingen skulle tru at nokon kunne bu har blitt en av de mest populære dokumentarseriene i Norge?- Krever interaktive dokumentarhistorier nye former for dramaturgi? Alt i alt gir boken et innblikk i så vel etablerte sjangre som nye og fremvoksende dokumentarformer. Den henvender seg både til studenter og alle andre med interesse for dokumentarens form og innhold. Henrik G. Bastiansen (f. 1964) og Pål Aam (f. 1969) arbeider begge som førsteamanuenser ved Avdeling for mediefag ved Høgskulen i Volda, der de blant annet underviser på masterstudiet i dokumentar og journalistikk.

Film til folket

Sensur og kinopolitikk i 100 år



Ove Solum
(red.) Ove Solum

ISBN : 9788232102471
Pris : 519,-
Forlag : Akademika Forlag
Utgitt : 2013
Utgave : 1
Sider : 259
Vekt : 402

2013 markerer hundreårsjubileumet til kinoloven, som la grunnlaget for den kommunale driften av kinoene i Norge. Kinoloven gjorde kinopolitikk til lokalpolitikk. Forfatterne viser hvilken betydningen kinoloven har hatt for utviklingen av norsk film og plasserer filmen i en bredere mediehistorisk kontekst. Boken gir innsikt i hvordan filmsensuren har vært praktisert de siste hundre årene og løfter frem Medietilsynets rolle i dagens samfunn, spesielt overfor barn og unge.

En kort bok om sosiale medier

Ida Aalen



ISBN : 9788245014914
Pris : 369,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2013
Utgave : 1
Sider : 180

Denne boka er en lettlest, forskningsbasert introduksjon til sosiale medier. Den tar sikte på å gi deg svar på spørsmål som:

Hvorfor bruker folk sosiale medier?

Er vi oss selv i sosiale medier?

Kan vi ha privatliv i sosiale medier?

Hvordan sprer informasjon seg i sosiale medier? De sosiale mediene kommer med stadig ny funksjonalitet og redesigner ofte. Men at mennesker i 2015 og 2020 fortsatt har lyst til å holde kontakten med hverandre, bli kjent med hverandre, gi uttrykk for hvem de er – det er det liten tvil om. Teknologien endrer seg raskt, mennesker endrer seg mye langsommere. Derfor handler denne boka om folk, ikke om teknologi.

Boken passer for studenter innen felter som medievitenskap, journalistikk, markedsføring og kommunikasjonsstudier. Studenter som tar lærerutdanning og ansatte i skoleverket vil også ha stor nytte av boken. Eller rett og slett for deg som bruker sosiale medier selv og ønsker å forstå dem bedre. Sist, men ikke minst, vil de som har ansvar for bedriften eller institusjonens bruk av sosiale medier ha stort utbytte av å lese boken. Du vil få en god og solid forståelse av hvorfor og hvordan folk bruker sosiale medier, som gjør deg bedre rustet til å benytte mulighetene.

Ida Aalen er utdannet medievitner og skrev masteroppgave om Facebook. Hun jobber som interaksjonsdesigner i Netlife Research og brukes hyppig som kilde av pressen, i saker om sosiale medier. «[...] Aalen har gjort en god jobb med å oppsummere betydelige deler av forskningen på sosiale medier de siste årene. [...] den kan trygt anbefales som innføring til et stadig større og mer interessant forskningsfelt.»

Marika Lüders, Norsk medietidsskrift

«Ida Aalen har, gjennom sin elegante og lett tilgjengelige presentasjon av vår kunnskap om de sosiale mediene, grundig avslørt hvor lite vi vet, og hvor mye som gjenstår å gjennomtenke og ikke minst diskutere.» *Sven Egil Omdal, Stavanger Aftenblad*

Smart læring

Hvordan ikt og sosiale medier endrer læring

Arne Krokan



ISBN : 9788245013559
Pris : 489,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2012
Utgave : 1
Vekt : 468

Vi står midt i en digital omveltning. Web2.0 og sosiale medier endrer samfunnet på svært omfattende måter. Smart læring diskuterer hvilke konsekvenser denne utviklingen har for skolen og måten vi lærer på.

En snever forståelse av IKT og mangel på kompetanse og visjoner hindrer utviklingen av morgendagens skole. Sentrale myndigheter og gjeldende læreplaner tar i liten grad hensyn til denne digitale omveltningen. I dagens praksis blir IKT i hovedsak sett på som et verktøy for å understøtte eksisterende organisering og arbeidsprosesser heller enn som en kilde for nye læringsprosesser og måter å skape kunnskap på.

Boken analyserer læring i et historisk, teknologisk, pedagogisk, organisatorisk og biologisk perspektiv. Forfatteren beskriver nyere pedagogiske tankesett som konnektivisme og pæragogy (samlæring), som viser veier til smartere måter å organisere læreprosesser på.

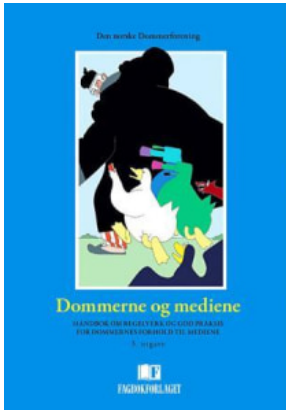
Web2.0 og sosiale medier er mer enn teknologi. Det kan også ses på som infrastruktur for sosial samhandling. Ved å ta disse tjenestene i bruk har skolen mulighet for å utvikle nye og mer effektive læreprosesser tilpasset hver enkelt elev.

Arne Krokan er professor ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap ved NTNU. Han har magistergrad i familiesosiologi, og har studert psykologi, pedagogikk, statistikk og IKT ved Universitetet i Oslo. Derfra har han også doktorgrad i medier og kommunikasjon.

Dommerne og mediene

En håndbok om regelverk og god praksis for dommers forhold til mediene

Den norske Dommerforening



ISBN : 9788245013047
Pris : 429,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2012
Utgave : 3
Sider : 132
Vekt : 237

Dette er tredje utgave av Dommerforeningens håndbok om regelverk og god praksis for dommers forhold til mediene. Håndboka omhandler regelverket i møtet mellom domstolene og mediene, og er en veiledning i hvordan reglene kan håndheves. Denne utgaven er oppdatert og noe utvidet sammenlignet med de foregående utgaver. Dommerne og mediene retter seg først og fremst til dommere, men den vil være av interesse også for saksbehandlere i domstolene og for journalister, advokater og påtalejurister.

Mediepedagogikk

Refleksjoner om teori og praksis



Soilikki Vettenranta

(red.) Soilikki Vettenranta, (red.) Vegard Frantzen

ISBN : 9788251928328
Pris : 309,-
Forlag : Tapir akademisk forlag
Utgitt : 2012
Utgave : 1
Vekt : 371

Skolen har mistet makt som kunnskapsformidler og sosialiseringssagent. Digitale medier er en naturlig del av unge menneskers liv, og mer enn noensinne trenger de en kunnskapsmessig og emosjonell beredskap. Denne boken tar opp de mediepedagogiske utfordringene som den digitale tidsalderen fører med seg.

Disse utfordringene drøftes både teoretisk og ved å løfte fram aktuelle praktiske eksempler:- Hvordan kan skolen vekke faglig nysgjerrighet hos elever som veksler mellom Facebook, YouTube, blogger og sms?

- Hva har realityprogrammer som Big Brother og Paradise Hotel med unge menneskers identitetsbygging å gjøre?

- Har vi noe å lære av bloggeren Voe? Hvordan kan man jobbe med digitale sammensatte tekster i skolen og styrke elevenes visuelle danning?

- Hvordan kan mediegrafi som undervisningsmetode bidra til den kompetanse og danning som vår globale og multikulturelle samtid krever?

- Hvordan kan dataspill fremme faglig motivasjon i klasserommet?

- Har tester og kontroller redusert læreres muligheter til et pedagogisk utviklingsarbeid i skolen?

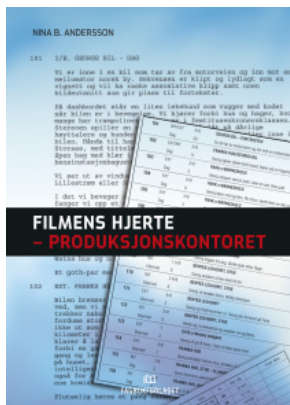
- Hvordan kan vi ivareta etiske normer i den galopperende tekniske utviklingen?

- Hvordan møtte mediene de rammede ungdommene etter skolemassakrene i Finland og terrorangrepet på Utøya?

I denne boken diskuteres disse og andre aktuelle problemstillinger. Boken egner seg som pensumbok innen mediepedagogikk, pedagogikk, medievitenskap, samfunnsfag og lærerutdanningen. Boken er redigert av professor **Soilikki Vettenranta** og universitetslektor **Vegard Frantzen**, begge mediepedagoger ved NTNU.

Filmens hjerte - produksjonskontoret

Nina B. Andersson



ISBN : 9788245011456
Pris : 479,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2011
Utgave : 1
Sider : 261
Vekt : 508

Filmens hjerte produksjonskontoret handler om praktisk film- og TV-arbeid. Å realisere de gode filmhistoriene er en balansegang mellom kunstneriske og økonomiske krav, og ethvert prosjekt krever et organisatorisk apparat som ivaretar begge deler. I sentrum av dette arbeidet ligger produksjonskontoret. I boken presenteres de ulike fagfunksjoners roller, arbeidsoppgaver og ansvar. Leseren får en grundig innføring i de verktøyene som produsenter, lineproducere og produksjonsledere bruker i alle fasene av et prosjekt, fra idé til ferdig film. Boken har også en omfattende liste med ord- og begrepsforklaringer.

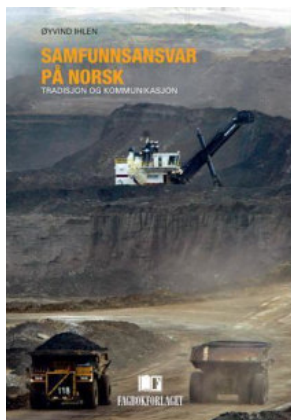
Nina B. Andersson har jobbet med film- og TV-produksjon i ulike roller siden 1993, fortrinnsvis som produksjonsleder og lineproducer på spillefilm og TV-drama. Et utvalg filmer er Salmer fra kjøkkenet, Bare Bea, Svein og rotta og I et speil i en gåte, samt TV-seriene RAN og Koselig med peis. I 2011 har hun arbeidet som utøvende produsent for dramaserien Halvbroren. Hun er utdannet cand.philol. i filmvitenskap ved Universitetet i Trondheim og har også bakgrunn fra dokumentarfilm og fjernsynsreportasje i Volda. De siste årene har hun holdt flere kurs i produksjonsledelse.

«Det er i grunnen rart at det ikke har vært skrevet en slik fagbok tidligere. Nå er det gjort. - Og det er gjort godt! Filmens hjerte fyller et etterlenget savn for unge filmskapere som skal lære seg og forstå hvordan filmproduksjon egentlig foregår. Selv erfarne filmfolk vil kunne ha stor nytte av lesingen. Det redegjøres meget klart for de forskjellige fagfunksjonene i filmproduksjon, og det ansvaret hver enkelt har. Hadde flere forstått dette og tatt konsekvensene av det, ville langt færre økonomiske og kunstneriske - filmforlis ha funnet sted.» - Stig Andersen i Rushprint, 1. september 2011

Samfunnsansvar på norsk

Tradisjon og kommunikasjon

Øyvind Ihlen



ISBN : 9788245010367
Pris : 439,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2011
Utgave : 1
Sider : 197
Vekt : 365

Næringslivet har både positive og negative konsekvenser for samfunnet. Med begrepet bedrifters samfunnsansvar (corporate social responsibility) kan vi si noe om hvordan næringslivet forvalter sin rolle vis-à-vis samfunnet. Boka tar for seg hvordan denne relasjonen håndteres i Norge.

Hva menes med samfunnsansvar i en norsk kontekst? Hvordan forstås og kommuniseres samfunnsansvar av våre hjemlige bedrifter og i mediene? Hvordan skiller samfunnsansvar på norsk seg fra samfunnsansvar utenlands? Forfatteren tar for seg disse spørsmålene i lys av en rekke aktuelle eksempler.

Samfunnsansvar ses også i en historisk sammenheng og diskuteres på bakgrunn av den omfattende litteraturen på feltet.

Øyvind Ihlen er dr.art. i medievitenskap og arbeider ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo. Han er tidligere professor ved Handelshøyskolen BI og Høgskolen i Hedmark. Ihlen har skrevet og redigert sju bøker, samt publisert en lang rekke artikler og bokkapitler. Han er redaksjonsmedlem i åtte internasjonale tidsskrifter og har vunnet internasjonale priser for sin forskning.

«Vi får også en god forståelse for hvorfor samfunnsansvar i Norge fungerer annerledes enn internasjonalt. Dette gjør til at boka etter min mening er et «must» for de fleste som ønsker å sette seg inn i hva samfunnsansvar er, eller som jobber med samfunnsansvar i Norge og internasjonalt.» - *Nina Solbakk, Trøndelag Forskning og Utvikling*

«Resultatet er en bok som gir et godt og bredt oversiktsbilde over hva samfunnsansvar i Norge innebærer, og som en innføring til emnet fungerer boken utmerket. Spesielt overfor studenter og aktører innenfor næringslivet som interesserer seg for samfunnsansvar kan boken anbefales på det varmeste.» - *Ingrid Dahlen Rogstad, Norsk statsvitenskapelig tidsskrift*

Skandalenes markeds plass

Politikk, moral og mediedrev



Sigurd Allern

(red.) Sigurd Allern, (red.) Ester Pollack

ISBN : 9788245008470
Pris : 499,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2009
Utgave : 1
Sider : 224
Vekt : 444

Politiske skandaler er i sin moderne form uløselig knyttet til nyhetsmediene. Denne boken retter et kritisk søkelys mot måten presse og kringkasting forvalter sin definisjonsmakt på når politiske ledere skandaliseres gjennom kampanjepregete mediedrev. Blant spørsmålene som diskuteres er: Hvor viktige er normbruddene som tas opp? Hvordan utnyttes skandaler av politiske motstandere og rivaler? Er karakterdrap og demonisering typiske trekk ved mediedekningen? Hvilke etiske dilemmaer møter journalister og publikum i en slik prosess? Behandles kvinnelige og mannlige politikere ulikt? Skandalenes markeds plass bygger på case studier av politiske skandaler som i årene 2006 2008 fikk en svært omfattende mediedekning. De fleste eksemplene er hentet fra norsk politikk, der skandaliseringen førte til avgang for LO-lederen, to statsråder og ordføreren i Oslo. Ett kapittel er viet mediedrevet som endte med at to ministre måtte gå av like etter at Reinfeldt-regjeringen tok over makten i Sverige.

Sigurd Allern er dr. polit. og professor i journalistikk ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.

Ester Pollack er fil.dr. og forsker ved Institutionen för Journalistik, Medier och Kommunikation, Stockholms Universitet.

Massemedienes kildevern

En lærebok

Ina Lindahl



ISBN : 9788245006032
Pris : 529,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2009
Utgave : 1
Vekt : 381

Boken gir en samlet og systematisk fremstilling av rettsreglene om massemedienes kildevern, og inneholder omfattende henvisninger til rettspraksis fra Den europeiske menneskerettsdomstol og det norske rettsapparatet. Den er aktuell i undervisning ved universiteter og høyskoler, og er et nyttig oppslagsverk for pressefolk, jurister og andre som ønsker å sette seg inn i emnet. Ina Lindahl er advokat med medierett som spesialisering, og arbeider som rådgiver i Norsk Journalistlag. Boken ble til mens hun inngikk i ledelsesgruppen for media, IT og telekom/ekom i Advokatfirmaet Hjort. Hun har også tidligere jobbet som juridisk rådgiver i Norsk Presseforbund. Lindahl benyttes jevnlig som foreleser og sensor i medierettslige fag ved Det juridiske fakultet, Universitetet i Oslo, og har vært fagansvarlig og foreleser ved Høgskolen i Oslo, avdeling for journalistikk, bibliotek- og mediefag.

Medievitenskap

Bind 3: mediebruk



Barbara Gentikow
(red.) Barbara Gentikow

ISBN : 9788245005936
Pris : 449,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2009
Utgave : 2
Sider : 197
Vekt : 435

Hvilke mennesker bruker hvilke medier? Hva bruker folk mediene til? Og husker de hva de leser i avisen og hva de så på tv i går? Virker reklamen? Det er spørsmål som interesserer folk som jobber i medie- og reklamebransjen. Blir man påvirket av politisk propaganda? Blir man voldelig av å se voldsfilm? Er det bra at små barn ser på TV? Det er spørsmål som interesserer politikere, kulturkritikere, pedagoger og foreldre. Medieforskningen beskjeftiger seg med begge typer spørsmål. Og har lang tradisjon for å gjøre det. Mediebruk handler om disse spørsmålene og denne forskningstradisjonen, om forholdet mellom mediene og deres publikum og om hvordan medieforskerne har beskrevet det gjennom tidene. Boken gir en generell introduksjon til sentrale teoridannelser på feltet og til de viktigste, eldre så vel som nyere, metoder som anvendes når medieforskerne undersøker folks mediebruk.

Barbara Gentikow, professor ved Institutt for informasjon og medievitenskap, Universitetet i Bergen

Medievitenskap

Bind 1: medier - institusjoner og historie



Martin Eide
(red.) Martin Eide

ISBN : 9788245005912
Pris : 449,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2008
Utgave : 2
Sider : 237
Vekt : 520

Massemediene informerer, opplyser og underholder oss. De er en viktig faktor i vårt hverdagsliv. De spiller en sentral rolle i de sosiale og politiske prosessene, og i løpet av dette århundret har de utviklet seg til å bli en stor og innflytelsesrik økonomisk sektor. Massemedier finnes i alle moderne samfunn, og er alle steder institusjoner som har betydelig makt. Medier - institusjoner og historie handler om disse institusjonene og hvordan de har utviklet seg historisk sett, om deres organisatoriske oppbygging, om deres funksjoner for enkeltindividet og for samfunnet. Boken beskriver både de viktigste tendensene i den internasjonale mediehistorien og de norske mediernes særlige utvikling og karakteristiske trekk. Det dreier seg om konsentrasjon og kommersialisering, om forholdet mellom offentlige og private medier, om gamle enveis-medier og nye interaktive medier, om mediemakt, mediepolitikk, medieøkonomi, og om det kompliserte samspillet mellom mediene og alle de øvrige samfunnsinstitusjonene.

Martin Eide, professor ved Institutt for informasjon og medievitenskap, Universitetet i Bergen

Medievitenskap

Bind 2: medier - tekstteori og tekstanalyse



Peter Larsen

(red.) Peter Larsen

ISBN : 9788245005929
Pris : 449,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2008
Utgave : 2
Sider : 214
Vekt : 592

Hva er det egentlig massemediene tilbyr oss? Tilsynelatende alt mellom himmel og jord, i alle tenkelige uttryksformer: skrift og tale, levende bilder, tegninger og fotografier, musikk og støy. Fakta og fiksjon, og noe som ligger midt imellom. Artikler, film, tv-programmer, radioutsendinger. Krim, timenyheter, værmeldinger, tippekamper, reklamer, de siste hits, tegneserier. Listen er lang. *Medier - tekstteori og tekstanalyse* dreier seg om hele dette virvaret: Om hva man har bruk for av begreper og analyseredskap når man vil ha oversikt over denne jungelen og forstå hva alle disse medie-"tekstene" sier. I boken gis det innføring i sentrale teorier og metoder på dette feltet, i generell tekst- og bildeteori, i genreteori, i fortelleanalyse. Og det gis konkrete eksempler på hvordan man analyserer medietekster og arbeider med sentrale mediegenerer fra avisnyheter til melodramaer, fra såpeoperaer til dokumentarfilm.

Peter Larsen, professor ved Institutt for informasjon og medievitenskap, Universitetet i Bergen

Å forstå avisa, nettressurs

Innføring i praktisk presseanalyse

Yngve Benestad Hågvar

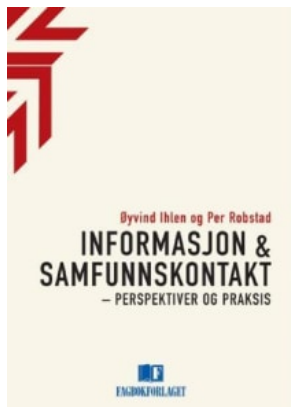


ISBN : 9788245026405
Pris : 0,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2007
Utgave : 1

På denne siden kan undervisere og studenter laste ned ressursmaterieill til boken *Å forstå avisa* av Yngve Benestad Hågvar. Det er tilgjengelig bonuskapitler, tabeller til boken og alle faksimiler brukt i boken (her i farger).

Informasjon og samfunnskontakt

Perspektiver og praksis



Øyvind Ihlen, Per Robstad
(Illustratør) Sebastian Czuba

ISBN : 9788245002218
Pris : 529,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2004
Utgave : 1
Sider : 242
Vekt : 472

Denne boka handler om informasjon & samfunnskontakt, et fagfelt som tar for seg organisasjoners kommunikasjon med omgivelsene. Denne kommunikasjonen kan ikke bare være en enveisprosess - det vil alltid være møtende trafikk som organisasjoner må ta hensyn til.

Boka tar for seg tre sentrale perspektiver som kan brukes for å forstå fagfeltet: systemteori, retorikk og kritisk teori. Den inneholder ingen enkel ABC for praktisk kommunikasjonsarbeid, men skal gjøre leseren bedre i stand til å identifisere, reflektere over og løse utfordringer knyttet til organisasjoners relasjoner til omverdenen. Forfatterne legger dessuten stor vekt på den samfunnsmessige betydningen av informasjon & samfunnskontakt.

Et godt hode kan bringe deg svært langt innen yrket, uavhengig av din kjennskap til teoriene som presenteres i denne boka. Vi er imidlertid overbevist om at et godt hode kombinert med det tankegodset som presenteres her, kan bringe deg lenger.

Øyvind Ihlen er forsker ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo, og jobber også ved Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk, Høgskolen i Hedmark. Ihlen har mange års undervisnings- og forskningserfaring innen informasjon & samfunnskontakt og har publisert i en rekke nasjonale og internasjonale fagtidsskrifter og antologier.

Per Robstad arbeider som høgskolelektor og studieansvarlig for faget informasjon & samfunnskontakt ved Høgskolen i Hedmark, Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk. Robstad har mange års erfaring fra kommunikasjonsarbeid og rådgivningsvirksomhet. Blant annet har han jobbet med kommunikasjonskampanjer i den tredje verden og vært kommunikasjonsrådgiver i Statskonsult med spesielt ansvar for krisekommunikasjon.

FORFATTERE

Anne Mette Bjørgen	3	Arne Krokan	34,34
Astrid Brodtkorb	17,17	Audun Engelstad	8
Barbara Gentikow	41	Birgitte Kjos Fonn	26
Dag Skarstein	22	Daniel Schofield	2,23
Den norske Dommerforening	35,35	Espen Gimmert	27,28
Espen Sørmo Strømme	26	Ester Pollack	39
Geir Haugsbakk	3	Hallvard Moe	6,7
Helge Østbye	7	Henrik G. Bastiansen	31
Ida Aalen	4,5,12,13,33	Ina Lindahl	40
Johanne Kielland Servoll	16,16	Karl Knapskog	6,7
Knut Helland	6,7	Leif Ove Larsen	6,7
Liv Evjan	17	Magnus Hoem Iversen	12,13
Martin Eide	42	Nina B. Andersson	37
Ove Solum	32	Paul Bjerke	26
Paul Leer-Salvesen	10	Per Robstad	45
Peter Larsen	43	Pål Aam	31
Robert Vaagan W.	30	Sebastian Czuba	45
Sigurd Allern	39	Soilikki Vettenranta	24,36
Svein Brurås	15	Synnøve Skarsbø Lindtner	22
Tarjei Leer-Salvesen	10	Tor Bang	11,14
Trond Albert Skjelbred	25	Trude Løvskar	21
Vegard Frantzen	2,23,36	Vigdis Holmaas	19,19
Yngve Benestad Hågvar	44	Yvonne Fritze	3
Øyvind Ihlen	45		

TITLER

Bedre produkter	5	Dommerne og mediene	35
Dramaserien SKAM	22	En kort bok om sosiale medier	33
Etikk for journalister, 6. utgave	15	Film og fortelling	8
Film til folket	32	Filmens hjerte - produksjonskontoret	37
Hvor går dokumentaren?	31	Informasjon og samfunnskontakt	45
Kokebok fra SKUP-kjøkkenet	9	Konstruktiv journalistikk	19
Kreativ yrkesvei	17	Krig og katastrofer i media	24
Massemedienes kildevern	40	Mediepedagogikk	36
Mediepedagogikk (Open Access)	3	Mediepedagogikk og mediekompetanse	23
Medieskapt	30	Medievitenskap	43
Metodebok for mediefag	7	Metodebok for mediefag, e-bok	6
Perspektiver på PR	25	Perspektiver på kommunikasjonsmakt	14
Perspektiver på kommunikasjonsmakt, e-bok	11	Samfunnsansvar på norsk	38
Skandalenes markedsplass	39	Skolen i det digitale samfunnet	21
Slik bruker du sosiale medier på jobben	28	Slik bruker du sosiale medier på jobben, e-bok	27
Smart læring	34	Sosiale medier	12
Sosiale medier, e-bok	13	Søke sannhet	10
Vibeke Løkkeberg	16	Å forstå avisa, nettressurs	44
Å studere digital kompetanse	2	Økonomijournalistikk	26